

特別企画：海外進出・取引に関する静岡県内企業の意識調査（2023年）

2023年、企業の29.2%が海外ビジネスを推進

～ 海外進出や取引を行う上での課題

「外国為替レートの変動」がトップに ～

世界経済に大打撃を与えた新型コロナウイルスの爆発的な感染が始まった2020年1月から3年半が経過した。当初は、国内外を問わず厳格な行動制限やロックダウンによる生産活動の停止、物流の寸断などサプライチェーンへの大きな影響が表れた。

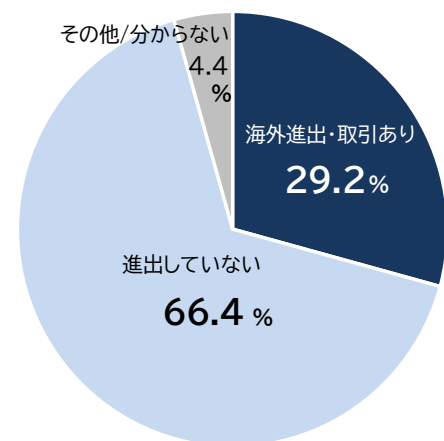
その後、欧米各国を中心に経済活動を再開したものの半導体不足をはじめ多方面で需要が供給に追いつかない状況となった。

日本国内においても自動車産業をはじめ電機、機械など幅広い産業で生産活動が滞る事態に陥った。また、穀物や資源価格の高騰に円安が加わり、今なお多方面で悪影響が続いている。

このため、供給網の安定化などを目的に製造や部品調達などを国内へ回帰する動きもみられるなど、改めて海外ビジネスを進めるにあたって課題が浮き彫りになってきている。

そこで、帝国データバンクは、海外進出・取引に関する企業の見解について調査した。本調査は、TDB 景気動向調査 2023年6月調査とともに、全国調査分から静岡県内企業を抽出して分析した。

海外進出・取引の状況



※ 調査期間は2023年6月19日～30日、調査対象は静岡県内企業771社で、有効回答企業数は318社（回答率41.2%）

※ 本調査における詳細データは景気動向オンライン（<https://www.tdb-di.com>）に掲載している

調査結果（要旨）

1. 直接・間接のいずれかの形で海外進出または海外と取引を行っている企業は29.2%
2. 海外進出への課題として、「外国為替レートの変動」が43.4%で最も高かった（複数回答）
3. 期待する支援サービス、「リスクマネジメント」が33.0%でトップ（複数回答）

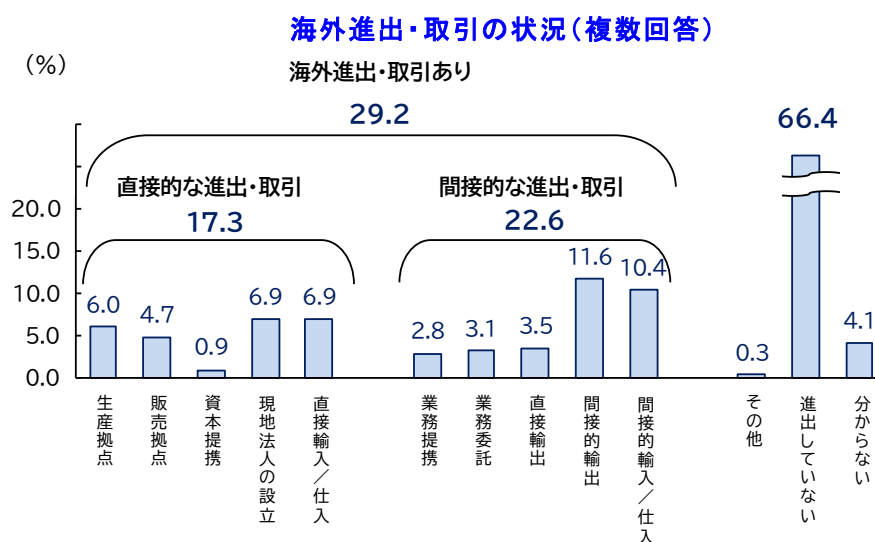
1. 現在、企業の 29.2%で海外進出や海外取引を実施

現在、自社が海外進出または海外と取引を行っているか尋ねたところ、「生産拠点や販売拠点、直接輸入など直接的な進出・取引を行っている」企業は17.3%（複数回答、以下同）、「業務提携や輸出、間接輸入など間接的な海外進出・取引を行っている」企業は22.6%となった。

「直接・間接のいずれかの形で海外進出・取引をしている」企業は29.2%でおよそ3割となる一方で、「進出していない」企業は66.4%だった。

海外事業の内容をみると、「現地法人の設立」と、直接的な進出・取引は商社などを経由しない「直接輸入／仕入」が6.9%で最も高く、次いで、支社・支店などを含む「生産拠点」が6.0%、「販売拠点」が4.7%、M&Aなどの「資本提携」が0.9%で続いた。

他方、間接的な進出・取引は、商社や取引先を経由した「間接的輸出」が11.6%でトップとなり、以下、商社や取引先を経由した「間接的輸入／仕入」が10.4%、商社などを経由しない「直接輸出」が3.5%、生産委託などの「業務委託」が3.1%、技術提携などの「業務提携」が2.8%で続いた。



注1:「直接的な進出・取引」「間接的な進出・取引」「海外進出・取引あり」は、内訳項目の少なくともいずれか1項目を選択した割合を表す

注2:母数は有効回答企業318社

なお、「直接・間接のいずれかの形で海外進出・取引をしている」企業を規模別にみると、「大企業」は50.0%（直接的:40.0%、間接的:35.0%）で半数を占め、「中小企業」では26.3%（直接的:14.0%、間接的:20.9%）にとどまった。

2.「外国為替レートの変動」について、4割を超える企業で海外進出・取引の課題と認識

今後、海外進出を検討または進める場合、もしくは海外ビジネスを促進する場合どのようなことが障害や課題、トラブルになるか尋ねたところ、「外国為替レートの変動」が43.4%で最も高かった（複数回答、以下同）。次いで、「社内人材（邦人）の確保」が38.4%、「進出先の政治情勢に関する情報収集」が30.2%で上位となった。

とりわけ、「大企業」では、「海外進出に向けた社内体制の整備」「法規制・制度の把握」が「中小企業」を大きく上回り、課題と認識していた。

海外進出・取引の課題（複数回答） 上位10項目

	全体	企業規模 (%)	
		大企業	中小企業
		外国為替レートの変動	43.4
社内人材(邦人)の確保	38.4	37.5	38.5
進出先の政治情勢に関する情報収集	30.2	32.5	29.9
海外進出に向けた社内体制の整備	29.6	37.5	28.4
言語の違い	29.6	27.5	29.9
進出先の経済情勢に関する情報収集	28.9	35.0	28.1
文化・商習慣の違い	28.6	27.5	28.8
取引相手、提携先、パートナー企業の開拓、選定、選択	25.8	25.0	25.9
現地人材の確保・育成	25.5	32.5	24.5
法規制・制度の把握	24.5	32.5	23.4

注1:網掛けは、企業規模の比較で割合が5ポイント以上高い方を示す
注2:母数は有効回答企業318社

3.期待する支援サービス、「リスクマネジメント」が33.0%でトップ

今後、海外進出を検討または進める場合に、国や地方自治体などの行政や支援機関などに期待する支援サービス、情報について尋ねたところ、貿易保険・保障、為替変動への対応などの「リスクマネジメント」が33.0%でトップとなった（複数回答、以下同）。次いで、進出国の貿易制度、法人設立の手続き・制度などの「法制度や商習慣に関する支援」が32.7%で続き、展開戦略・ブランディング・知的財産戦略の支援など「事業計画支援」が29.9%、展示会・見本市への出展支援、商談会やマッチング支援などの「販路確保や開拓支援」と、市場動向、競合企業情報などの「市場動向調査支援」が25.5%で上位となった。

とりわけ、「中小企業」では、「販路確保や開拓支援」「市場動向調査支援」が「大企業」を大きく上回り、新たに海外事業を進めるための準備に関する支援サービスを期待している様子が表れた。

期待する支援サービス・情報（複数回答）

	全体	企業規模 (%)	
		大企業	中小企業
		リスクマネジメント	33.0
法制度や商習慣に関する支援	32.7	32.5	32.7
事業計画支援	29.9	12.5	32.4
販路確保や開拓支援	25.5	12.5	27.3
市場動向調査支援	25.5	12.5	27.3
人材育成支援	22.0	20.0	22.3
現地課題解決支援	22.0	25.0	21.6
赴任者らの生活支援	21.7	22.5	21.6
取引先の信用度合の把握	21.4	10.0	23.0
資金調達支援	18.9	10.0	20.1
海外視察サポート	11.3	5.0	12.2
その他	8.8	5.0	9.4

注1:網掛けは、企業規模の比較で割合が5ポイント以上高い方を示す
注2:母数は有効回答企業318社

まとめ

本調査の結果、直接、間接に関わらず海外進出・取引をしている企業は29.2%となった。ただし、規模別で濃淡があり、大企業ほど海外ビジネスを進めている傾向が表れた。

他方、海外進出や取引を全く考えておらず現状必要としない企業もあり、新型コロナ流行以降の要因で海外ビジネスに二の足を踏む企業も多い。加えて、国内回帰の動きも表れており、海外より国内企業との取引を強める企業も出てきている。

今後、海外進出を進める場合、4割を超える企業で「外国為替レートの変動」を課題と認識しており、昨今の急激な円安進行など為替変動に対するリスクマネジメントの支援を求めている。

ポストコロナ時代に対して、企業は国内だけではなく海外にも再び目を向けて行く必要はあろう。しかしながら、海外ビジネスを進めるためには世界情勢、原材料価格の高騰、為替動向などのリスクだけではなく、言葉や文化の相違など基礎的な障壁も企業が海外ビジネスに挑戦するためのハードルとなっている。

一つ一つの壁を乗り越えるためには行政の支援・発信だけではなく、専門企業の情報発信や業務支援なども後押しとなる。日本経済のさらなる発展のためには、官民一体となり海外に目を向けた取り組みが必要となろう。

【問い合わせ先】

株式会社帝国データバンク 静岡支店 担当：竹岸 隆浩

TEL:054-254-8301 FAX:054-254-6602

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。